

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduste valdkond
Haridusteaduste instituut
Õppekava: Kutseõpetaja

Vivian Kartsepp

ILUTEENINDAJATE HINNANGUD KOSMEETIKA KASUTAMISE KOHTA
TÄISKASVANUTEL JA NOORUKIEALISTEL

Bakalaureusetöö

Juhendaja: dots Kristi Kõiv

Tartu 2019

Resümee

ILUTEENINDAJATE HINNANGUD KOSMEETIKA KASUTAMISE KOHTA TÄISKASVANUTEL JA NOORUKIEALISTEL

Käesoleva töö eesmärgiks oli kirjeldada kosmeetika tähendust ja kasutamise põhjuseid täiskasvanutel ja noorukiealistel iluteenindajate hinnangul. Uurimuse läbiviimisel koguti andmeid erinevatest Eesti piirkondade iluteenindajatelt (n=60) kusjuures kõikidel uuringus osalejatel pidi olema vastav haridus või erialane kutse. Andmeid koguti ankeediga, mis oli paber kandjal ja mis sisaldas nii avatud kui ka suletud küsimusi kosmeetika kasutamise kohta nii täiskasvanud meestel ja naistel kui ka noorukiealistel poistel ja tüdrukutel. Vastanud iluteenindajate hinnangul tähendab kosmeetika erinevaid kosmeetikatooteid ning seondub ilu ja kaunistamisega. Iluteenindajate hinnangul kasutavad inimesed kosmeetikat, et olla kaunim, kuigi enda kosmeetika kasutamise põhjusena tuuakse välja minaga seonduv – tunda end paremini. Iluteenindajate hinnangul kasutavad kosmeetikat nii täiskasvanud naised ja mehed kui ka noorukiealised tütarlapsed, vähem noormehed, kuigi kosmeetika kasutamise põhjused kalduvad olema sooti erinevad – naissooesindajatele on tähtsam ilu ja kaunistamine, noormehed hindavad keha eest hoolitsust, mehed kosmeetikat eneseväljendusena ning tütarlapsed veel lisaks, seda et näha välja täiskasvanuna.

Märksõnad: Iluteenindajad, kosmeetika, täiskasvanud, noorukiealised

Abstract

BEAUTY ARTISTS' OPINIONS ABOUT THE USE OF COSMETICS IN ADULTS AND ADOLESCENTS

The purpose of this work was to describe the meaning of cosmetics and the reasons for its use among adults and adolescents, according to the information given by the beauty service providers. The study was conducted by collecting data from various beauticians in different Estonian regions (n = 60), with all subjects having to have a corresponding education or professional qualification. The data was collected with a questionnaire, which was paper-based and contained both open and closed questions about the use of cosmetics among adult men and women as well as adolescent boys and girls. According to the answers given by the beauty service providers, cosmetics means different cosmetic products and relates to beauty and decoration. According to beauty services, people use cosmetics to be more beautiful, although the reason for using their own cosmetics is personal - they want to feel better. According to beauty service providers, cosmetics are used by adult women and men as well as

adolescent girls, less by adolescent boys, although the reasons for the use of cosmetics tend to be different among male and female users beauty and decoration is more important for female representatives, young men appreciate the body care more; men use the cosmetics as self-expression, and girls use it additionally to look more mature.

Keywords: Beauty service, cosmetics, adults, adolescent

Sisukord

Resümee	2
Abstract	2
Sissejuhatus	5
1.1. Kosmeetika ja ilu	6
1.2. Kosmeetika kasutamise põhjused	7
1.3. Kosmeetika kasutamise põhjused noorukieas	8
1.4. Kosmeetika kasutamine ja inimese mina	9
1. Metoodika	10
2.1.Valim.....	10
2.2 Mõõtevahend	11
2.3 Protseduur.....	11
2. Tulemused	12
3.1. Iluteenindajate hinnangud kosmeetika kasutamise kohta täiskasvanute ja noorukealistel.	12
3.2. Iluteenindajate hinnangud kosmeetika tähendusele.....	13
3.1.1. Iluteenindajate hinnang inimeste kosmeetika kasutamise põhjuste kohta.....	14
3.1.2. Iluteenindajate hinnang kosmeetika kasutamise põhjuste kohta täiskasvanud meeste ja naiste hulgas.....	15
3.1.3. Iluteenindajate hinnangud kosmeetika kasutamise põhjuste kohta noorukealiste poiste ja tüdrukute hulgas.	16
3.1.4. Kosmeetikatoodete kasutamine igapäevaselt.	18
3.1.5. Iluteenindajate hinnangud kosmeetika mittekasutamise põhjuste kohta täiskasvanutel ja noorukealistel.	19
3. Arutelu	19
Uurimuse kitsaskohad	21
Tänu sõnad	22
Autorsuse kinnitus	22

Sissejuhatus

Erinevatel inimestel on erinevad põhjused kosmeetika kasutamiseks; kes ainult hügieeni jaoks, kes enesehinnangu tõstmiseks, kes lihtsalt et ennast ilusana tunda ja teiste hulgas välja paista. Kosmeetikat kasutatakse ka iluvigade peitmiseks (Wolf, 1990).

Erinevatel ajastutel on välimuse hindamine käinud väga erinevate stereotüüpide järgi. Ajastud erinevad oma moraalsuse, moe, väärtuste ja hinnangute poolest. Inimene saab muuta enda välimust mitmel moel. Suureks abiks sellele on kindlasti erinevate kosmeetikatarvete kasutamine. Väidetavalt on juba eelajalooliselt kasutatud kosmeetikat ja naiste kosmeetika ja meikimine on arvatavalt sama vana kui inimkond. Sõna kosmeetika pärineb kreekakeelsest sõnast *kosmetike* ehk kaunistuskunst (Tarmak, 1978).

Autor valis teema, kuna meie ühiskond soosib kosmeetika tarbimist ja kasutamist juba varajasest noorusest alates. Tänapäeva ühiskonnas on kosmeetikast saanud maailmas üks juhtivamaid tööstusharusid ja iluteeninidajad on nende esindajad (Wolf, 1990).

Eelnevates uuringutes on välja tulnud Ilves (2013), et naised ja tüdrukud kasutavad kosmeetikat ning mehed ja poisid ei kasuta kosmeetikat nii palju, kui naised ja tütarlapsed ja nende jaoks on kosmeetika tähendus erinev. Uuringutest on ka selgunud et poiste hinnangul on kosmeetika nahale kahjulikum, kui tüdrukute arvamusel (Ilves, 2013). Seega pidas autor vajalikuks viia läbi sellekohane uurimustöö iluteeninidajate hulgas. Uurimisprobleemiks tõstatub ühelt poolt, et milline on kosmeetika tähendus sellise kutse esindajatel nagu iluteeninidajad ning teiselt poolt see, mida peavad iluteeninidajad põhjusteks, miks inimesed kosmeetikat kasutavad.

Eelnevalt on kosmeetika teemast Tartu Ülikoolis kirjutanud bakalaureusetöö Kadri Ilves (2013) „Noorukiealiste hinnangud oma erinevatele kehaosadele ja kosmeetika kasutamisele“. Annikky Lamp (2005) on oma bakalaureusetöös kirjutanud ka teemal „Keha ja tarbimiskultuur: kehakäsitlused noorte linnanaiste intervjuudes“. Kosmeetika teemat on ka uurinud Evelyn Saul (2006) „Kosmeetikatoodete tähendus Eesti linnanaiste jaoks- tänase ja nõukogudeaegsete tarbimise käsitlused“.

Iluteeninidajad on klienditeeninidajad ja nende hulka kuuluvad grimeerijad, jumestuskunstnikud, juuksurid, kosmeetikud, küünetehnikud, manikööri, pedikööri. Käesoleva töö eesmärgiks oli kirjeldada kosmeetika tähendust ja kasutamise põhjuseid täiskasvanutel ja noorukiealistel iluteeninidajate hinnangul. Kõik iluteeninidajad vajavad töötamiseks valitud erialal, kas erialast kutset või kutseharidust. Ja selleks, et töötada on

vajalik, et iluteenindaja, kui oma ameti esindaja mõistab ja oskab hinnata kosmeetika tähendust ja selle kasutamise põhjuseid.

1.1. Kosmeetika ja ilu

Kosmeetikatooted on meie igapäevaelu lahutamatu osa. On oluline, et tooted oleksid igapäevaseks kasutamiseks ohutud, kuna need puutuvad vahetult kokku meie naha ja limaskestaga ning mõned koostisained võivad tungida läbi naha meie organismi.

„Kosmeetikatoode” on defineeritud kui aine või segu, mis on ette nähtud kokkupuuteks inimese keha välispinna osadega (nahk, juuksed, näo- ja ihukarvad, küüned, huuled ja välised suguelundid) või hammaste ja suuõõne limaskestadega ainult või peamiselt nende puhastamiseks, lõhnastamiseks, nende välimuse muutmiseks, nende kaitsmiseks, heas seisundis hoidmiseks (SCCS,2016).

- Kosmeetikatoodetele esitatavad peamised nõuded on:
- Kosmeetikatooted peavad olema inimeste tervisele ohutud;
- Kosmeetikatooted peavad olema nõuetekohaselt pakendatud ja märgistatud sh sisaldama hoiatusi, kasutamise- ja kõrvaldamisjuhised (SCCS,2016).

Üha enam liigutakse selles suunas, kus inimesed on hakanud muret tundma kosmeetikatoodete ohutuse üle, tehes seega valikuid teadlikumalt ja eelistatakse pigem looduslähedast kosmeetikat (Wolf, 1990). Üle maailma toodetakse väga palju erinevaid kosmeetikatooteid, kuna eelkõige naistele on tähtis nende välimuse ja ilu eest hoolitsemine. Inimesel on sageli ettekujutus/unistus oma iluideaalist, mille poole püüeldakse. Euroopas on naise iluideaal aastatega väga palju muutunud. Naised on võtnud kasutusele erinevaid meetmeid, et sarnaneda hetkel moes olevatele iluideaalidele. Iluideaali jälgimisega soovivad mõned vastassoo tähelepanu, aga teised hoopiski sookaaslaste kadedaid pilke. Saavutamaks eelnevalt nimetatud eesmärgi, võetakse kasutusele kosmeetikat (Saul, 2006).

Kaunist, hoolitsetud ja puhast välimust on soovitud ja ihaldusväärseks peetud ammustest aegadest, nii ka kaasajal. Iluideaalid on küll muutunud, erinevatel ajastutel on need olnud erinevad ja püüeldes saavutada seda ilu on kasutatud erinevaid meetodeid ja vahendeid (Saul, 2006).

Ilus olemine kehtib tänapäeval nii meeste kui ka naiste puhul. Naised peavad seda küll natukene olulisemaks, kuid ka meeste jaoks on muutunud järjest olulisemaks enda näitamine ja kosmeetika tarbimine hea välimuse nimel (Lamp, 2005).

Väline ilu on meie ühiskonnas märksõna, millega saab müüa pea kõike.

Sotsiaalmeedia, televisioon, reklaamid ja ajakirjad eksponeerivad meile ilusaid inimesi (Saul, 2006). Võib öelda, et kosmeetikatoodete tarbimine ja iluideaal tulenevad ühiskonnast ja enamus meist proovivad püüelda selle poole, et vastata ühiskonna normidele, mis vastavad omakorda ilusale ja korrektsele välimusele.

On hakatud rohkem tähelepanu pöörama, kosmeetikas kasutatavatele koostisosadele ja kosmeetika tarbijad on läinud teadlikumaks, mis tooted on kasutamise sõbralikumad.

1.2. Kosmeetika kasutamise põhjused

Paljud inimesed kasutavad kosmeetikat erinevatel põhjustel:

- 1) Teeb nooremaks – paljud uuringud on näidanud, et meigitud inimene näeb noorem ja ilusam välja. Paljud kasutavad ka nahka noorendavaid tooteid, seega ainuüksi nahka pleegitava kreemiga on võimalik noorem välimus saavutada.
- 2) Naha kaitse – kosmeetikat kasutatakse ka kaitsena väliskeskkonnamõjude eest nagu näiteks päike, sääsed, putukad.
- 3) Ilus tulemus – meigitoodete ja ilutoodete kasutamine annab naistele positiivse emotsiooni ja see väljendub koheselt ka nende tujus.
- 4) Atraktiivne välimus – naiste eesmärk ei pruugi koguaeg olla meestele meeldimine, kuid seda peetakse ikkagi üheks põhjuseks, miks naised ostavad nii palju kosmeetikat. Naine tahab välja paista ilus ja atraktiivne.
- 5) Enesekindlus – uuringud on näidanud, et naised, kes meigivad ja kasutavad erinevaid ilutooteid on kompetentsemad, usaldusväärsemad, atraktiivsemad ja meeldivamad. Nähes hea välja, siis oled ka enesekindlam ning tunned nagu suudaksid kõike.
- 6) Edulood – kosmeetiktoodete reklaamid, mille juures on välja toodud enne ja pärast pildid kui ilusaks saadakse, paneb naise hästi tundma. Nii püüavad kosmeetikatootjad oma kliendid nn. konksu otsa. Selleks ka paljusid kosmeetikabrände reklaamivad just tuntud näitlejaid ja modelle.
- 7) Ühiskondlik ühtekuuluvus – viimastel aastatel on väga palju tekkinud ilublogijad, kes tutvustavad ja õpetavad kasutama erinevaid kosmeetikatooteid läbi sotsiaalmeediakanalite nagu youtube, facebook, instagram jne. Tänu sellistele sotsiaalplatvormidele jagatakse infot, mis kosmeetikat ostame, mis meile meeldib, mis mitte, millised annavad hea tulemuse ning millised veavad alt, kuid see kõik kokku annavad ühtekuuluvustunde ja teeb meist justkui suure perekonna (My Awesome Beauty, 2018).

Elades ajastul, mis soosib kosmeetikatoodete kasutamist, tunnevad need kasutajad, et nad on ühiskonnas aktsepteeritud, see omakorda tõstab nende enesekindlust, näitab stiilsust ja naiselikkust. Kosmeetika kasutamine annab kuuluvustunde ühiskonda (Saul, 2006). Kui ühiskonnas on soositud teatud käitumisviis seda ka seoses välimusega, siis normile mitte vastavatel võib tekkida häbitunne (Thomas, 1988).

Lemineni arvates on kosmeetika tugevalt seotud emotsioonidega ja see tekitab kosmeetika kasutajale rahulduse ja luksustunde (Leminen, 1994, viidatud Ilves, 2013 j).

Eelnevat kokku võttes saab öelda, et kosmeetika kasutamise ainukesed põhjused ei ole enesehinnangu tõstmine vaid kosmeetikat kasutatakse ka igapäevase hügieeni vajadusel ja et kaitsta nahka väliskeskkonna mõjutuste eest.

1.3. Kosmeetika kasutamise põhjused noorukieas

Teismelised kasutavad kosmeetikatooteid mitmetel põhjustel, millest võib välja tuua kolm:

- oma „mina“ otsingud
- sobitumine enda eakaaslastega
- eksperimenteeriv ja põnev (Why do teens..., 2008).

Teismelisena toimuvad kehalised ja kognitiivsed muutused. Teismeline peab neid muutusi kontrollima ja sellega toime tulema. Seepärast muutub välimus kommunikatsioonivahendiks, keeleks, mis väljendab oma identiteeti. Kosmeetikatööstuses on tuvastatud teismelised kui "võimsad" tarbijad ning neile pakutakse mitmesuguseid tualett ja nahahooldustooted, mis peaksid nende vajadustele vastama, nagu näiteks puhastus-, niisutuskosmeetika ja dekoratiivkosmeetika. Samuti on neile atraktiivsed tooted nii küüntele kui juustele. Mõne teismelise jaoks käib individuaalsuse väljendus kehakunsti kaudu, nagu näiteks tätoveerimine ja keha augustamine. Murettekitavad valdkonnad on päikesekaitsega seotud motivatsiooni puudumine ja keha augustamine ja tätoveerimine (Marcoux, 1999).

Palju räägitakse just sellest, et noorukid meigivad ennast palju ning kohati isegi keelduvad kodust lahkumast ilma meigita. Ei räägita aga sellest, kui kahjulikult võib mõjuda kosmeetika teismeliste nahale. Teismelised võivad mõelda, kuidas meik mõjutab nende nahka, kuid nad ei pruugi täielikult mõista probleemset seost nahaprobleemidega nagu akne. Lisaks tuuakse välja, et ealistest iseärasustest tingitud nahaprobleemide puhul paneb neid veelgi rohkem oma nägu katma meigiga. See omakorda halvendab aknet, tekitades kahjuliku nahakahjustuse tsükli, mis võib kuu või aasta jooksul tulla tagasi või olla üldse pöördumatu (Alvarez, 2017).

1.4. Kosmeetika kasutamine ja inimese mina

Inimesed üle maailma, kasutades riideid, kosmeetikat, tätoveeringuid, nahavalgendust ja plastilist kirurgiat, soovivad muuta oma välimust (Theberge & Kernaleguen, 1979).

Kosmeetikatööstused keskenduvad just suuresti vananemismärkide ennetamisele ja nende vastu võitlemisele. Usutakse, et kosmeetikatööstused teadlikult näitavad reklaame vananemisprobleemidest, et inimesed hakkaksid varakult kasutama noorendavaid ning vananemist ennetavaid tooteid. Seetõttu on ajaloolise perioodi jooksul täheldatud muster, mille kohaselt kosmeetikatoodete ostmise liigub nooremate naiste seas keskmiselt vanemaks ja vanemaks (Twigg & Majima, 2014).

Igal kultuuril on omad normid, mis käsitlevad erinevate kehaosade ideaalseid suurusid (Theberge & Kernaleguen, 1979). Seda iseloomustab nooruslik atraktiivsus ja kõhnus, lisakriteeriumiteks on et naistel oleks väike talje- ja puusad, pikad jalad, suured silmad, kitsas nina ja kõrvad. Kuid pigem kipub olema see unistus kui reaalsus (Rudd, 1977). Uuringud näitavad, et inimene on ebakindel, ärev ning madala enesehinnanguga kui ta tunnetab, et tal pole ideaalselt kehakuju. Kosmeetika kasutamine nii näol kui kehal täidab psühholoogilisi vajadusi. Uuringud näitavad, et mida rohkem on inimesed rahul oma kehaga, seda vähem kosmeetikat tegelikkuses kasutatakse (Theberge & Kernaleguen, 1979).

Kosmeetika kasutamine on üks paljudest Ameerika ja teistest kultuuridest pärit naiste eneseväljendusviisidest, mis on levinud ja rituaalne. Inimeste ilu on kultuuriline konstruktsioon, mis hõlmab näo ja keha atraktiivsust. Uuritakse naiste kosmeetikatoodete tarbimist kui rituaalset sotsiaalse võrdluse vormi, mis annab naistele individuaalse kontrolli. On olemas tõendeid selle kohta, et kosmeetikavahendite ostmise ja kasutamise rituaalsed toimingud aitavad tugevdada isiklikku identiteeti. Keha korrastamisprotseduurid ja kosmeetika tarbimine võivad regulaarselt nõuda palju aega, jõupingutusi ja rahalisi kulutusi. Kosmeetikatoodete kasutamine nagu silmade värvimine või muud protseduurid eneseväljendamise viisid (Rudd, 1977). Uuringust Rudd (1977) saadud andmed toetavad argumenti, et naistel on kosmeetika kasutamisega keeruline, isiklik ja kogemuslik. Kosmeetika tarbimine aitab kaasa personaalse ja sotsiaalse identiteedi mitmekesisusele ja viitab atraktiivsele ning enesekindlale isikule. Need, kes ei ürita järgida ajakirjade ideaalseid pilte, vaid usaldavad meikimisel iseennast, viitab see sellele, et nad hindavad ja väärtustavad oma loominguilisust. Teisisõnu on neil juba piisavalt väljakujunenud identiteet, et nad saaksid seda edukalt teha. On paljudel naistel kosmeetikatoodete ostmise ja kasutamise rituaalse

tegevuse kaudu võimalik luua personaalset ja sotsiaalset identiteeti, mis võimaldavad neil konkureerida teistega.

Kosmeetika kasutamise osas on läbi viidud ka uuringuid, kuidas hindavad mehed naisi välimuse põhjal. Meestel lasti hinnata kogusuuruses naiste pilte, kus ühel pildil oli naine meigitud ja teisel ei olnud. Meessoost hindajad hindasid atraktiivseks pilte, kus naised olid meigitud. Naissoost hindajad sellist vahet ei teinud (Cash, Dawson, Davis, Bowen, & Galumbeck, 1989). Võib arvata, et naistele on väga oluline kosmeetika kasutamisest saadud enesehinnangu tõus, kuna nad tunnevad ennast atraktiivsemana.

Käesoleva töö eesmärgiks oli kirjeldada kosmeetika tähendust ja kasutamise põhjuseid täiskasvanutel ja noorukiealistel iluteenindajate hinnangul.

Käesolevas uurimustöös on püstitatud järgmised uurimusküsimused:

- Millised on kosmeetika kasutamise põhjused naistel iluteenindajate hinnangul?
- Millised on kosmeetika kasutamise põhjused meestel iluteenindajate hinnangul?
- Millised on kosmeetika kasutamise põhjused noorukiealistel tüdrukutel iluteenindajate hinnangul?
- Millised on kosmeetika kasutamise põhjused noorukiealistel poistel iluteenindajate hinnangul?
- Milline on kosmeetika tähendus iluteenindajate hinnangul?

1. Metoodika

Uurimuseks kasutati kvantitatiivset uurimismeetodit.

2.1.Valim

Uurimuse läbiviimisel sooviti koguda andmeid nii paljudelt erivaldkonna iluteenindajatelt erinevatest piirkondadest kui võimalik. Et saada objektiivseid hinnanguid kosmeetika kasutamise tähendusest ja põhjustest erinevatelt iluteenindajatelt ja võrrelda, kas arvamused erinevad. Uuriti iluteenindajate arvamust viiest erinevast piirkonnast: Tallinn, Kose (Harjumaa), Jõhvi, Tartu ja Võru iluteenindajate arvamust. Kokku 60 erinevat iluteenindajat nendest 20 juuksurit, 15 kosmeetikut, 5 grimeerijat, 10 manikööri ja 10 pedikööri. Valimi

moodustamise kriteeriumiks oli töötamine iluteenindajana ilusalongis ja omada vastavat haridust või vastavat erialast kutset. Tegemist on mugavusvalimiga. Tabelis 1 on toodud välja uuritavate ametid ja töökoha järgsed kohad.

Tabel 1. Uuritavate ametid ja asulad/ linnad kus nad töötavad

Linn või asula	Juuksur	Kosmeetik	Grimeeriija	Maniküür	Pediküür
Tallinn	8	6	3	4	6
Kose	5	4	1	2	2
Jõhvi	4	0	0	1	0
Tartu	2	3	1	2	1
Võru	1	2	0	1	1

2.2 Mõõtevahend

Uurimistöös kasutati mõõtevahenditena ankeeti, mis esitati paberkandjal. Küsitlus oli anonüümne. Uuringus kasutati eelnevalt läbiviidud (Ilves, 2013) kirjalikku küsimustikku kosmeetika ja selle kasutamise kohta noorukiealistel, mille küsimused kohandati täiskasvanuealistele (vt Lisa 1). Ankeedi täitmiseks kulus kokku keskmiselt 25-30 minutit. Ankeedis on vastajal tarvis vastata nii avatud kui ka suletud küsimustele selle kohta, mis puudutavad kosmeetika kasutamist. Esimesel küsimuse puhul, kus uuritakse kosmeetika tähendust, palutakse uuritaval lõpetada lause: „Minu arvates on kosmeetika see.....“. Teise küsimusega uuritakse arvamust kosmeetika kasutamise põhjuste kohta uuritaval endal kui ka teistel inimestel: „Miks inimesed Teie arvates kosmeetikat kasutavad?“ Ankeedi ülejäänud seitse küsimust on koostatud nii, et vastaja annaks hinnangu nii täiskasvanud meeste ja naiste ning noorukiealiste tütarlaste ja noormeeste kosmeetika kasutamise või mittekasutamise põhjuste kohta. Osadele vastustele saab vastata kas „jah“ või „ei“ ja siis täpsustada oma vastust.

2.3 Protseduur

Uurimus viidi läbi vahemikus 2018 juunist kuni oktoobrini. Iluteenindajad valiti välja mugavusvalimi teel valimisse. Töö autor leppis kokku iluteenindajate ja ilusalongidega aja ja külastas neid vastavalt vastajate sobivusele. Autor informeeris iluteenindajaid uurimuse eesmärgist, jagas teenindajatele ankeedid ise ja kogus need kokku.

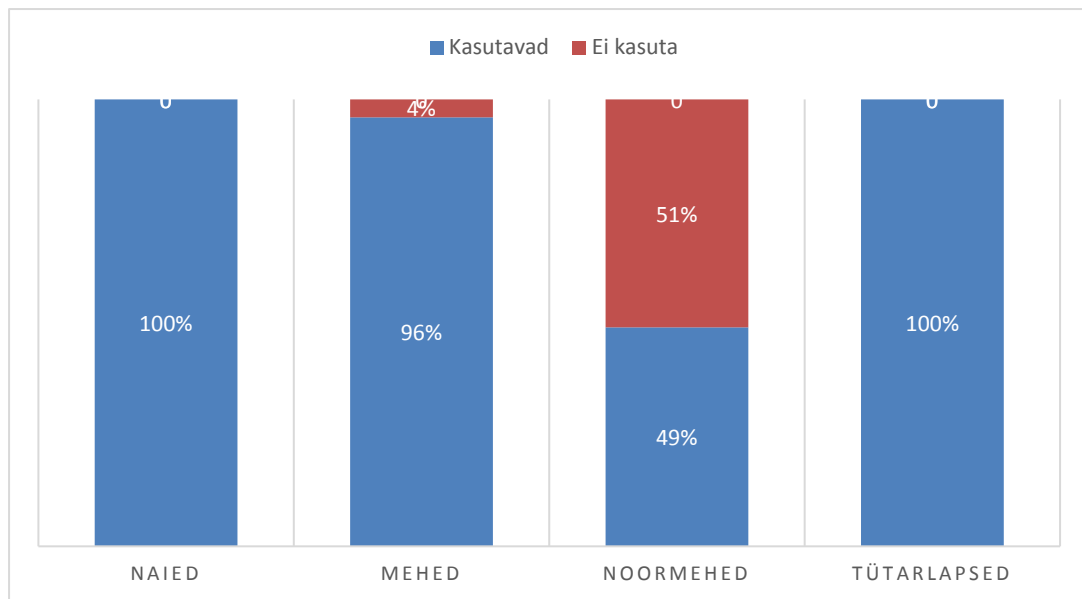
Küsitluse läbiviija selgitas uuritavatele, et ankeet on anonüümne ja ankeedi vastuseid kasutatakse ainult uurimistöö eesmärgil. Ankeedi alguses oli vastajale täitmise juhend ja ankeedi täitmisel küsitakse vastaja sugu, vanust, haridust ja töökogemust. Vastajad ei pidanud lisama ankeedile oma kontaktandmeid.

Avatud vastuste analüüsimiseks kasutati kvantitatiivset sisuanalüüsi. Andmeanalüüsi läbi viimiseks moodustati esialgsetest vastustest koodid, alakategooriad ja siis nendest kategooriad. Uurimuses on kasutatud kaaskodeerimist, et suurendada uuringu tulemuste usaldusväärsust. Statistiliselt olulisi erinevuste arvutamiseks kategooriate ja alakategooriate protsentuaalse esinemissageduse vahel kasutati χ^2 testi.

2. Tulemused

3.1. Iluteenindajate hinnangud kosmeetika kasutamise kohta täiskasvanute ja noorukealistel.

Küsimusel pidid vastajad andma hinnangu, kas noorukiealised poisid ja tüdrukud kasutavad kosmeetika ja vastama kas „jah“ - või „ei“. Joonis 1. on väljatoodud protsentuaalselt vastajate jaotus. Vastajate arvamusel 100% naistest ja noorukiealistest tüdrukutest kasutab kosmeetikat. 96 % vastajatest arvas, et mehed kasutavad kosmeetikat ja 4% vastajatest arvas et mehed ei kasuta kosmeetikat. Noorukiealistest poistest kasutab kosmeetikat iluteenindajate hinnangul 51% ja 49% nende arvamusel ei kasuta.



Joonis 1. „jah“ ja „ei“ – vastuste protsentuaalne jagunemine nii meeste kui ka naiste ning ka noorukiealiste poiste ja tüdrukute võrdluses küsimuses, kas sihtrühm kasutab kosmeetikat või mitte.

3.2. Iluteenindajate hinnangud kosmeetika tähendusele.

Vastanute hinnangul tähendas kosmeetika erinevaid kosmeetikatooteid ja sellesse kategooriasse kuuluvad vastused moodustasid protsentuaalselt 33% vastustest. Teisena eristus kategoorias *ilu ja kaunistamine*, mis vastanute hinnangul moodustas 22 % kosmeetika tähendusest, millest siis 8 % moodustasid vastused, et kosmeetikaga saab peita iluvead ja 13% et kosmeetika teeb ilusamaks. Vastuste analüüsist selgus sageduselt kolmas (18,33%) kategooria *hoollitsus ja hügieen* kosmeetika tähendusena, mille all toodi välja enda ja oma keha eest hoollitsemine ja hügieenitarbed. Kategooria *välimuse muutmine* (aitab välja näha noorem) ja *kosmeetika kahjulikkus* (rikub nahka) moodustasid vastavalt 12% ja 4% antud vastustest tabelis 2.

Tabel 2. Iluteenindajate hinnangud kosmeetika tähendusele kategooriate lõikes

Kategooria	Alakategooria	Protsent %
Ilu ja kaunistamine		22
	iluvigade peitmiseks	8
	teeb ilusamaks	13
Kosmeetikatooted	erinevad kosmeetikatooted	33
Hoolitsus, hügieen		18
	enda ja naha eest hoolitsemine	10
	Hügieenitarbed	8
Eneseväljendus	kosmeetika mõjutab enesehinnangut	8
Välimuse muutmine	aitab välja näha noorem	11
Kahjulik	rikub nahka	4

3.1.1. Iluteenindajate hinnang inimeste kosmeetika kasutamise põhjuste kohta.

Iluteenindajate hinnang inimeste kosmeetika kasutamise põhjuste kohta tuli välja mitu erinevat põhjust. Ja peamised kategooriad, mis nende hinnangul selles küsimuses ilmnesisid olid kategooriad *olla ilusam*, *peita iluvead* ja *olla nooruslikum*. Iluteenindajate hinnangul kasutavad inimesed siiski kosmeetikat muudel erinevatel põhjustel. Kui iluteenindajate hinnangul inimesed kasutavad kosmeetikat just ilu eesmärgil ehk kategooria *olla ilusam* (43%) siis andes hinnangut omaenda kosmeetika kasutamisele mainisid (11%) seda kategooriat oluliselt vähem ($\chi^2=14,91$; $p<0,01$). Iluteenindajate hinnangul kasutavad inimesed veel kosmeetikat ka, et *parandada välimust*, *hoolitseda naha eest* ja *tunda ennast enesekindlamalt*, need tulemused on ka nähtavad tabelis 3.

Iluteenindajate hinnang omaenda kosmeetika kasutamise põhjuste kohta jagunes kahte kategooriasse *peita iluvead*, end *paremini tunda*. Kategooriat paremini end tunda mainisid iluteenindajad enda puhul kosmeetika kasutamise kohta (13%) seda hinnangut ei toodud välja inimeste kosmeetika kasutamise põhjusena ($\chi^2=6,11$; $p<0,01$). Iluteenindajad mainisid ka kategooriaid *hoolitseda enda eest*, *rõhutada loomulikku ilu*, *olla nooruslikku*, *olla puhas* ja ka et on *harjumus* isiklikult kosmeetika kasutamise põhjusena.

Iluteenindajad mainisid ka kategooriat *ei meeldi* kosmeetikat ise kasutada (13%) kuid sellist kategooriat ei ilmnenu, kui anti hinnanguid inimeste kosmeetika kasutamise kohta ($\chi^2=6,11$; $p<0,01$).

Tabel 3. Iluteenindajate hinnang inimeste kosmeetika kasutamise põhjustest

Kategooria	Miks inimesed kasutavad kosmeetikat %	Miks sina kasutad kosmeetikat %	χ^2
Olla puhas	0	8	ns
Hoolitseda enda eest	0	10	ns
Rõhutada loomulikku ilu	0	10	ns
Olla ilusam	43	11	14,91*
Meeldib	0	6	ns
Peita iluvead	13	16	ns
Olla nooruslikum	15	8	ns
Paremini end tunda	0	13	6,11*
Harjumus	0	5	ns
Ei meeldi	0	13	6,11*
Parandada välimust	11	0	ns
Tunda enesekindlamalt	8	0	ns
Hoolitseda naha eest	10	0	ns

*- $p < 0,01$; ns- pole oluline

3.1.2. Iluteenindajate hinnang kosmeetika kasutamise põhjuste kohta täiskasvanud meeste ja naiste hulgas.

Iluteenindajate hinnang kosmeetika kasutamise põhjuste kohta täiskasvanud meestel ja naistel jagunesid viie kategooria alla: ilu ja kaunistamine, hoolitus ja hügieen, välimuse muutmine, eneseväljendus ja kosmeetiku amet.

Kõige enam jagunesid iluteenindajate vastused *hoolitsuse ja hügieeni* kategooria alla, kus toodi välja kosmeetika kasutamise põhjustena nii meestel (45%) kui ka naistel (50%) hügieeni ja seda, et inimesel oleks ilusam nahk ning ka seda, et olla hoolitsetud. Vastuste analüüsist ilmnes ka *ilu ja kaunistamise* kategooria, mis jagunes kaheks alakategooriaks – olla ilusam ja peita iluvead. Naised kasutavad vastajate arvates kosmeetikat just iluks ja kaunistamiseks (31,66%) mehed teevad seda sellel eesmärgil oluliselt vähem (10%) ($\chi^2=4,94$; $p < 0,03$)

Veel kirjeldasid uuritavad kosmeetika kasutamise põhjustena välimise muutmist, et paista nooremana ja eneseväljendust seoses tähelepanu tõmbamisega, kusjuures esimese kategooria esinemissagedus oli kõrgem naiste kosmeetika kasutamise põhjusena ja teine meeste kosmeetika kasutamise põhjusena (ilmnesid statistiliselt oluline erinevused kategooriate esinemissageduses). Küsimuste vastuste analüüsist miks naised ja mehed

kasutavad kosmeetikat ilmnes, et põhjuseks peeti seda, et olla noorem ja see kehtis naiste puhul (56,66%) ning meeste puhul see nii oluline ei olnud (13,33%), kusjuures ilmnemist statistiliselt olulised erinevused kategooriate esinemissageduses ($\chi^2=13,15; p<0,00$).

Seega ilmneb, et täiskasvanud meeste jaoks on kosmeetika kasutamine iluteenindajate hinnangul *eneseväljendus* - tähelepanu tõmbamine, naised kosmeetikat pigem selleks ei kasuta. Sagedustelt viimane kategooria kosmeetiku ameti kohta ilmnes vaid meeste hinnangute raames. Tabelis 4 on välja toodud andmed iluteenindajate hinnang täiskasvanud meeste ja naiste kosmeetika kasutamise põhjustele kategooriate lõikes.

Tabel 4. Kosmeetika kasutamise põhjustele täiskasvanud meeste ja naiste hulgas kategooriate lõikes.

Kategooriad	Alakategooriad	Sagedus %: naised	Sagedus %: mehed	χ^2
Ilu ja kaunistamine		31	10	ns
	Olla ilusam	16	0	4,94*
	Peita iluvead	15	10	ns
Hoolitsus ja hügieen		50	45	ns
	Ilusam nahk	15	10	ns
	Hügieen	11	11	ns
	Olla hoolitsetud	23	23	ns
Välimuse muutmine	Paista noorem	56	13	13,15**
Eneseväljendus	Tähelepanu tõmbamine	0	16	12,89**
Amet	Kosmeetik	0	8	ns

* - $p<0,05$; ** - $p<0,01$; ns-pole oluline

3.1.3. Iluteenindajate hinnangud kosmeetika kasutamise põhjuste kohta noorukiealiste poiste ja tüdrukute hulgas.

Iluteenindajate hinnangul kosmeetika kasutamise põhjuste kohta noorukiealiste poiste ja tüdrukute hulgas jagunes neljaks kategooriaks välimuse muutmine, eneseväljendus, ilu kaunistamine ning hoolitsus ja hügieen.

Küsimusele miks noorukiealised tüdrukud ja poisid kasutavad kosmeetikat oli kõige sagedam vastuste kategooria, et noorukiealised tüdrukud kasutavad kosmeetikat *ilu ja kaunistamise* eesmärgil (38%) noorukiealistele poistele seas ei ole see nii oluline põhjus kosmeetika

kasutamiseks (5%) ($\chi^2 = 7,49$; $p < 0,01$). Olla ilusam on noorukiealiste tütarlaste puhul oluline (25%) kuid poiste puhul pole see oluline kosmeetika kasutamisega seoses iluteenindajate hinnangul (0%) ($\chi^2 = 6,47$; $p < 0,01$). Oluliseks oli kosmeetika kasutamise põhjuste hulgas tütarlaste puhul välimuse muutmine (*näida vanem*) (28,33%) noorukiealiste poistel oli see kategooria vähem oluline ($\chi^2 = 7,88$; $p < 0,04$). Kategoorias *hoolitsus ja hügieen* on vastanute arvates olulisem poistele (33,33%) kui tüdrukute (16,66%) ($\chi^2 = 14,41$; $p < 0,00$). Kosmeetika kasutamise põhjuseks toodi nii noorukiealiste tüdrukute (16,66%) kui ka poiste (11,66 %) hulgas akne teke näole. Olla hoolitsetud on vastajate arvates ka oluline pigem noorukiealistele poistele (13,33%) kuid tüdrukutele mitte niivõrd (0%) ($\chi^2 = 8,79$; $p < 0,01$) kosmeetika kasutamise põhjus. Tabelis 5 on näha võrdlus iluteenindajate hinnangud noorukiealiste tüdrukute ja poiste kosmeetika kasutamise põhjustest kohta kategooriate lõikes.

Tabel 5. Iluteenindajate hinnang noorukiealiste tüdrukute ja poiste kosmeetika kasutamise põhjustest

Kategooria	Alakategooria	Sagedus tüdrukud %	Sagedust poisid %	χ^2
Välimuse muutmine		28	0	
Eneseväljendus	Näida vanem	28	0	7,88
		13	8	ns
	Olla enesekindlam	13	0	ns
	Minaga seonduv psühholoogiline probleem	0	8	ns
Ilu ja kaunistamine		38	5	7,49**
	Olla ilusam	25	0	6,47**
	Peita iluvigu	13	5	ns
Hoolitsus ja hügieen		16	33	14,41**
	Akne pärast	16	11	ns
	Olla hoolitsetud	0	13	8,79**
	Hügieeni pärast	0	8	ns

* - $p < 0,05$; ** - $p < 0,01$; ns- pole oluline

3.1.4. Kosmeetikatoodete kasutamine igapäevaselt.

Küsimustikus oli ka iluteenindajatele küsimus milliseid kosmeetikavahendeid nad kasutavad igapäevaselt siis kõige rohkem mainiti kosmeetikatooteid mille alakategooria oli dekoratiivkosmeetika kuhu alla kuuluvad siis *kulmuvärv, silmapliiats, huulepulk, jumestuskreem, ripsmetušš, peitepulk ja lauvärv*. Sinna alla kuuluvad ka igapäevane kosmeetika milles mainiti *kreeme, ihupiimasi, näovett ja juukselakk*. Kolmanda suurema kategooriana tuli välja hügieenitarbed mille alla kuulusid siis igapäevased hügieeni tarbed nagu *palsam, hambapasta, dušigeel, higipulk, šampoon ja puhastusgeel*. Tabelis 6 on ära toodud ka kategooriad ja alakategooriad iluteenindajate vastustest küsimusele: *Milliseid kosmeetikatooteid kasutavad inimesed igapäevaselt*.

Tabel 6. Igapäevane kosmeetika mida inimesed kasutavad: kategooriate esinemissagedus

Üldkategooria	Kategooriad	Alakategooriad	%
Hügieenitarbed	Hügieen		
		palsam	5
		hambapasta	5
		dušigeel	18
		šampoon	13
		higipulk	10
		puhastusgeel	5
Kosmeetikatooted	Dekoratiiv-kosmeetika		
		kulmuvärv	25
		silmapliiats	10
		jumestuskreem	18
		peitepulk	10
		huulepulk	23
		lauvärv	10
		ripmsetušš	51
	Igapäevane kosmeetika		
		ihupiim	5
		juukselakk	5
		näovesi	11
		kreemid	33

3.1.5. Iluteenindajate hinnangud kosmeetika mittekasutamise põhjuste kohta täiskasvanutel ja noorukiealistel.

Põhjustena, miks täiskasvanud mehed ja noorukiealised poisid iluteenindajate arvates ei kasuta kosmeetikat tuli kõige rohkem välja kategooria *pole vajadust*, mille alla kuulusid siis alamkategooriad *ei viitsi*, *pole vajadust*, *pole kombeks* (13,33%). Vastanud iluteenindajate arvamusel kehtib see ainult rohkem noorukiealiste poiste kohta. Vastukaaluks põhjusele, et nii pole kombeks (6%) põhjusele, miks täiskasvanud mehed ei kasuta kosmeetikat (statistiliselt oluline erinevus: $\chi^2=4,34$; $p<0,05$).

3. Arutelu

Käesoleva töö eesmärgiks oli kirjeldada kosmeetika tähendust ja kasutamise põhjuseid täiskasvanutel ja noorukiealistel iluteenindajate hinnangul.

Vastanud iluteenindajate hinnangul tähendab kosmeetika erinevaid kosmeetikatooteid ning ilu ja kaunistamist sama järeltule saab ka teha vaadeldes Saul (2006) uurimust kus uuriti kuidas Eesti linnanaised mõistavad kosmeetikatarbimist. Iluteenindajate hinnangul kasutavad inimesed kosmeetikat enda välimuse muutmiseks ja selleks, et end paremini tunda, kusjuures ise kasutatakse kosmeetikat eelkõige selleks, et olla kaunim.

Iluteenindajate hinnangul kasutavad kosmeetikat nii täiskasvanud kui ka noorukiealised. Protsentuaalselt jagunes iluteenindajate arvamus, et 51 % noormehi ei kasuta kosmeetikat ja ka 4% täisealistest meestest ei kasuta kosmeetikat. Eelnevalt (Ilves, 2013) läbi viidud uuring näitas, et noorukiealiste hinnangul ei kasutanud kosmeetikat üle poole täiskasvanud meestest ja noorukiealistest poistest ning nii poiste kui ka tüdrukute hinnangul kasutasid enamik naistest ja tüdrukutes kosmeetikat. Ka antud uuringust ilmnes, et iluteenindajate hinnangul kasutavad enamik naisi ja tütarlapsi kosmeetikat.

Iluteenindajad tõid naiste puhul välja kosmeetika kasutamise erinevaid põhjuseid. Iluteenindajate arvamusel oli naistel oluline põhjus kosmeetika kasutamiseks just ilu ja see, et paista noorem, aga meestel see nii oluline iluteenindajate hinnangul ei olnud. Sauli (2006) uurimuses tõid naised ka seal just kosmeetika kasutamise põhjuste seas välja, et kosmeetikaga saab peita iluvead ja see annab hea enesetunde. Iluteenindajate hinnangul kasutavad naised ka praegu suurel määral kosmeetikat, et peita iluvead ja oma enesetunnet parandada.

Iluteenindajate hinnangul ilmnes uurimusest, et täiskasvanud meeste ja naiste jaoks oli kosmeetika kasutamine seotud hoolitsuse ja hügieeniga. Mehed kasutavad pigem hügieeniks vajalikke kosmeetikatooteid.

Kui iluteenindajate hinnangul naised kasutavad kosmeetikat selleks, et paista nooremad, siis mehed ei kasuta kosmeetikat selleks, et paista välja noorem. Sama hinnang tuleb välja ka uurimuses (Saul, 2006), kus vastanud naised vastasid ka, et kasutavad kosmeetikat selleks, et peita vananemise tunnuseid ja paista noorem.

Vastustest tuli välja, et iluteenindajad arvates mehed kasutavad kosmeetikat ka eneseväljenduseks, et tähelepanu tõmmata. Naiste puhul iluteenindajad seda ei maininud. Vastustest tuli välja rohkem naiste puhul ilu ja kaunistamine kosmeetika kasutamise põhjusena, aga seda mainiti ka meeste puhul. Oma töös on maininud ka (Lampi, 2005), et meeste jaoks muutub järjest olulisemaks enda näitamine ja kosmeetika tarbimine hea välimuse nimel.

Kosmeetika kasutamise põhjused analüüsisid noorukiealiste tütarlaste hulgas iluteenindajate hinnangul tuli välja neli erinevat kategooriat. Kõige rohkem mainitud kategooria oli *ilu ja kaunistamine*, mille alla kuulus see, et olla ilusam ja peita iluvead. Sellele kategooriale järgnes iluteenindajate hinnangul välimuse muutmine, et näida vanemaealisemast täiskasvanu. Kui iluteenindajate hinnangul täiskasvanud naiste jaoks tähendas kosmeetika, et välja näha nooremad, siis noorukiealised tütarlapsed kasutavad nende hinnangul kosmeetikat, et näha välja just pigem vanemaealisemad. Kolmas kategooria iluteenindajate hinnangul oli noorukiealiste tüdrukute puhul *hoolitsus ja hügieen*, kus siis toodi välja just akne, mis võib olla probleemiks noorukiealistel. Neljas kategooria *eneseväljendus*, mille alla kuulus enesekindluse otsimine kosmeetikast tütarlaste puhul ja poiste puhul minaga seonduvad probleemid. Eelnevalt on mainitud, et teismelised kasutavad kosmeetikat kolmel erineval põhjusel: oma „mina“ otsingul, sobitumine eakaaslastega, eksperimenteeriv ja põnev (Why do teens..., 2008).

Noorukiealiste poiste kosmeetika kasutamisel hindasid iluteenindajad esimeseks kategooriaks hoolitsust ja hügieeni ning kosmeetika kasutamist eneseväljenduseks. Iluteenindajate hinnangul kasutavad tüdrukud kosmeetikat eelkõige ilu ja kaunistamise eesmärgil, kuid noormeste puhul mainiti seda vähem.

Iluteenindajate hinnangul inimeste kosmeetika kasutamise ilmnes mitu erinevat kategooriat - olla ilus, peita iluvead ja olla nooruslikum. Millest kõige enam mainiti, et

inimesed kasutavad kosmeetikat, et olla ilusam, kusjuures vastuseid vaadeldes iluteenindajad ise enda kohta mainisid seda kategooriat vähem. Iluteenindajad tõid enda puhul välja kõige sagedamini kategooria *peita iluvead*. Iluteenindajad mainisid inimeste kosmeetika kasutamise põhjuste hulgas kategooriat *olla nooruslikum* ja see kehtib just täiskasvanud naiste kohta. Erinevus enda ja teiste inimeste kosmeetika kasutamise põhjuste hulgas oli see, et enesetunde parandamine kosmeetika abil oli olulisem põhjus enese jaoks iluteenindajate hinnangul.

Kosmeetikavahendeid mida inimesed kasutavad iluteenindajate hinnangul kõige rohkem igapäevaselt olid dekoratiivkosmeetika (meik up tooted nagu silmapliiats, kulmuvärv, lauvärv, ripsetušš, jumestuskreemid), millega inimesed saavad muuta oma välimust, peita iluvigu ja näida nooremad. Sinna alla kuulusid ka veel igapäevane kosmeetika nagu ihupiim, juukselakk, näovesi ja erinevad kreemid, millega inimesed saavad hoolitseda oma keha eest. Saul (2006) uurimuses ilmnes, et naiste hinnangul on just igapäevane kosmeetika seotud dekoratiivkosmeetikaga. Siin kattuvad nii eelneva uuringu (Saul, 2006), kui ka iluteenindajate arvamus. Nagu ka iluteenindajate hinnangul nii ka eelnevas uuringu tuuakse just välja näopiirkonna kosmeetikat esimesena, mille alla siis kuuluvad just kreemid ja make up tooted (puuderkreem, huulepulk). Ka Lampi (2005) uuringus mainiti enim just kosmeetikas kreemitamist. Ilmneb, et mõlemas uuringus nii iluteenindajate kui ka Saul (2006) on uuritavad toonud välja igapäevase kosmeetikatarvete kasutamises samad kategooriaid.

Uurimuse kitsaskohad

Käesolevas uurimuses oli pigem väike valim. Iluteenindajate hinnangut kosmeetika teemat käsitlevale ankeedile ei olnud võimalik varasemate uurimustulemustele tuginedes võrrelda, kuna sellise sisuga uurimusi ei leitud. Uurimus on vajalik iluteenindus õpilastele ja iluteenindajatele, et mõista kosmeetika tähendust ja ka kasutamise põhjuseid. Kindlast võiks tulevikus uurida veel seda teemat ja ka iluteenindajate hinnanguid kosmeetika kasutamise ja sotsiaalmeedia vahel.

Tänu sõnad

Töö autor tänab kõiki uurimuses osalenud iluteenindajaid ning kõiki lähedasi, kes nõu andsid ja toetasid mind sellel perioodil. Ma tänan Klaarika Siliksaart toetuse ja heade nõuannete eest. Eriliselt soovin tänada oma bakalaureusetöö juhendajat Kristi Kõivu, kes toetas ja suunas mind kogu töö tegemise protsessi vältel ja ilma kelleleta ei oleks töö valmimine võimalik olnud. Ütlen tänu sõnad ka bakalaureusetöö retsensendile. Väga suur tänu ka Liina Lepale asjalike nõuannete eest.

Autorsuse kinnitus

Kinnitan, et olen koostanud ise käesoleva lõputöö ning toonud korrektselt välja teiste autorite ja toetajate panuse. Töö on koostatud lähtudes Tartu Ülikooli haridusteaduste instituudi lõputöö nõuetest ning on kooskõlas heade akadeemiliste tavadega.

Vivian Kartsepp /allkirjastatud digitaalselt/ 22.05.2019

Kasutatud kirjandus

- Alvarez, M. (2017). *The damaging effects of makeup on teens*. Külastatud aadressil <http://www.foxnews.com/health/2017/06/16/damaging-effects-makeup-on-teens.html>
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society. Myths and Structures*. SAGE: Nottingham Trent University.
- Bloch, P.H., & Richinis, M.L. (1992). You Look“mahvelous“: the pursuit of beauty and the marketing concept. *Psychology and Marketing*, 9(1), 3-15.
- Brdar, I., Tkalcic, M., & Bezinovic, P. (1996). Women's cosmetics use and self-concept. *Studia Psychologica*, 38(1), 45-54.
- Cash, T. F., Dawson, K., Davis, P., Bowen, M., & Galumbeck, C. (1989). Effects of cosmetics use on the physical attractiveness and body image of American college women. *The Journal of Social Psychology*, 129(3), 349-355.
- Horn, M. (1968). *Second Skin*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Kaiser, S.B. (1998). *The Social Psychology of Clothing. Symbolic appearances in context. Second Edition Revised*. New York: Fairchild.
- Lampi, A. (2005). *Keha ja tarbimiskultuur: kehakäsitlused noorte linnanaiste intervjuudest*. Publitseerimata bakalaureusetöö. Tartu Ülikool.
- Marcoux, D. (1999). Cosmetics, skin care, and appearance in teenagers. *Seminars in cutaneous medicine and surgery*, 18(3), 244-249.
- Ilves, K. (2013). *Noorukiealiste hinnangud oma erinevatele kehaosadele ja kosmeetika kasutamisele (kahe kooli näitel)*. Publitseerimata bakalaureusetöö. Tartu Ülikool.
- Rudd, N. A. (1977). Cosmetics consumption and use among women: Ritualized activities that construct and transform the self. *Journal of ritual studies*, 11(2), 59-77.
- Saul, E. (2006). *Kosmeetikatoodete tähendus Eesti linnanaiste jaoks- tänase ja nõukogudeaegsete tarbimise käsitlused*. Publitseerimata bakalaureusetöö. Tartu Ülikool.
- Leminen, A. (1994). The Meaning of Cosmetics. Proceedings of the university of Vaasa. *Discussion papers*, 177.
- Tarmak, I. (1978). *Peeglike, peeglike seina peal...* Tallinn: Valgus.
- Theberge, L., & Kernalleguen, A. (1979). Importance of cosmetics related to aspects of the self. *Perceptual and Motor Skills*, 48(3), 827-830.
- The SCCS notes guidance for the testing of cosmetic ingredients and their safety evaluation 9th revision (2016). Külastatud aadressil: http://ec.europa.eu/health/scientific_committees/consumer_safety/docs/sccs_o_190.pdf

- Twigg, J., & Majima, S. (2014). Consumption and the constitution of age: Expenditure patterns on clothing, hair and cosmetics among post-war 'baby boomers'. *Journal of Aging Studies*, 30, 23-32.
- Thomas, W.I. (1988). *The Psychology of Modesty and Clothing*. Külastatud aadressil https://brocku.ca/MeadProject/Thomas/Thomas_1899_c.html
- Brdar, I., Tkalcic, M., & Bezinovic, P. (1996). Women's cosmetics use and self-concept. *Studia Psychologica*, 38(1), 45-46.
- My Awesome Beauty* (2018). Külastatud aadressil <https://myawesomebeauty.com/reasons-we-addicted-beauty-products/>
- Why do teens use cosmetics?* (2008). Külastatud aadressil <https://www.cosmeticsdesign.com/Article/2004/04/29/Why-do-teens-use-cosmetics>
- Wolf, N (1990). *The Beauty Myth: How Images of Beauty are Used Against Women*, 1-112

Lisa 1 . Ankeet iluteenindajatele kosmeetika kasutamise hinnangute mõõtmiseks

Kallis vastaja! Kosmeetika kasutamise põhjuseid hindab igaüks erinevalt. Samuti on igaühel oma arvamus selle kohta, m i s on kosmeetika ja k e s seda kasutavad.

Palun kirjutage järgnevatele küsimustele vastuseks oma arvamus!

Jah/ei küsimuse järel kirjuta oma arvamus ainult teile sobivale variandile.

Küsimustiku vastuseid ei avaldata kellelegi. Teie nime ja muid isikuandmeid ei küsita.

Täname teid ette arvamuste avaldamise eest!

1. Lõpeta palun lause!

Minu arvates on kosmeetika see:

.....

.....

2. Miks inimesed Teie arvates kosmeetikat kasutavad?

.....

.....

.....

3. Kas täiskasvanud mehed ja naised Teie arvates kasutavad kosmeetikat?

JAH EI (Tõmmake sobivale vastusevariandile ring ümber.)

Kui jah, siis miks täiskasvanud naised teie arvates kosmeetikat kasutavad?

.....

.....

Kui jah, siis miks täiskasvanud mehed teie arvates kosmeetikat kasutavad?

.....

.....

Kui ei, siis miks täiskasvanud naised kosmeetikat ei kasuta?

.....

.....

Kui ei, siis miks täiskasvanud mehed kosmeetikat ei kasuta?

.....

.....

4. Kas noorukiealised tüdrukud kasutavad kosmeetikat?

JAH EI (Tõmmake sobivale vastusevariandile ring ümber.)

Kui jah, siis miks tüdrukud kosmeetikat kasutavad?

.....

.....

Kui ei, siis miks tüdrukud kosmeetikat ei kasuta?

.....
.....

5. Kas noorukiealised poisid kasutavad kosmeetikat?

JAH EI (Tõmmake sobivale vastusevariandile ring ümber.)

Kui jah, siis miks noormehed kosmeetikat kasutavad?

.....
.....

Kui ei, siis miks noormehed kosmeetikat ei kasuta?

.....
.....

6. Kas teie kasutate kosmeetikat?

JAH EI (Tõmmake sobivale vastusevariandile ring ümber.)

Kui jah, siis miks?

.....
.....

Kui ei, siis miks?

.....
.....

7. Milliseid kosmeetikavahendeid te igapäevaselt kasutate?

.....
.....

Sugu..... Vanus..... Haridus..... Töökogemus.....aastat

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, _____ Vivian Kartsepp _____,
(*autori nimi*)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Iluteenindajate hinnangud kosmeetika kasutamise kohta täiskasvanutel ja noorukiealistel“, mille juhendaja on dots Kristi Kõiv, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Vivian Kartsepp
22.05.2019